

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายการศึกษา.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	5
ขอบเขตของงานวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ.....	7
แนวคิดและกระบวนการสื่อสาร.....	11
แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสารหรือเปิดรับสื่อ.....	29
แนวคิดและกระบวนการตัดสินใจ.....	51
แนวคิดและความเป็นมาสื่อออนไลน์.....	53
แนวคิดการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	78
รูปแบบของ Social media .....	85
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	96
ขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	96
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	97
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	99
การตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูล.....	99
การนำเสนอผลงานวิจัย.....	99

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	101
ผลการวิจัย.....	101
5 บทสรุป.....	109
สรุปผลการวิจัย.....	110
อภิปรายผลการวิจัย.....	120
ข้อเสนอแนะ.....	121
บรรณานุกรม.....	123
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	125



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงกระบวนการตัดสินใจ	52
2 แสดงลักษณะขนาดของธุรกิจกำหนดจากมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร.....	80
3 แสดงลักษณะขนาดของธุรกิจกำหนดจากจำนวนการจ้างงาน.....	81



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ผลสำรวจการเจริญเติบโตของ Online media และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มักเปลี่ยนแปลงในแต่ละประเทศ.....	2
2 ผลสำรวจการเจริญเติบโตของ Online media และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง.....	3
3 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของลาสเวลส์.....	11
4 Model การสื่อสาร.....	20
5 รูปแบบจำลองเชิงวงกลมของออกสทูดและชแรมม์.....	21
6 รูปแบบจำลองเชิงวงกลมแรมม์.....	22
7 รูปแบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล.....	23
8 แบบจำลองการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของเซนนันและวีเวอร์.....	24
9 กระบวนการถ่ายทอดข่าวสารจากแหล่งกำเนิดไปยังจุดหมาย.....	43
10 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก.....	53
11 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในทวีปเอเชีย.....	54
12 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในลักษณะต่างๆ.....	55
13 ROI.....	56
14 Using Historic Data for Benchmarks.....	60
15 Using Digital Marketing Optimization.....	60
16 RSS Feed.....	70
17 พฤติกรรมการอ่านบทความบนเว็บไซต์.....	73
18 การสำรวจตัวเอง.....	74
19 วิธีการเขียนการนำเสนอข้อมูล.....	76
20 วิธีการเขียนบทความบนเว็บไซต์.....	76
21 วิธีการเขียนบทความแบบเน้นคำ.....	77
22 การเจริญเติบโตของ Face Book.....	86
23 ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย.....	100